

No.1096/KOM-D/SD-S1/2011

**STRATEGI SURAT KABAR HARIAN RIAU POS
DALAM MENINGKATKAN KUALITAS ISI BERITA**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Jurusan Ilmu Komunikasi**

Oleh :

ISRATUL KURNIAWAN

10543002451

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI/JURNALISTIK
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF
KASIM RIAU
2010**

ABSTRAK

STRATEGI SURAT KABAR HARIAN RIAU POS DALAM MENINGKATKAN KUALITAS ISI BERITA

Penelitian ini dilatar belakangi karena persaingan dibidang pers semakin ketat karena itu industri pers dituntut untuk mengemas produk informasinya lebih berkualitas, melihat hal ini lalu bagaimana strategi surat kabar harian Riau Pos dalam mempertahankan kualitas isi berita di tengah perkembangan media.

Dari latar belakang di atas permasalahan yang akan diteliti adalah bagaimana strategi surat kabar harian Riau Pos dalam meningkatkan kualitas isi berita. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari *key informant*. Informan pada penelitian ini adalah manager umum yang memiliki tugas menyediakan kebutuhan perusahaan, pimpinan redaksi adalah yang bertanggung jawab terhadap semua berita, kepala desain grafis, dan manager sirkulasi yang bertanggung jawab dalam perjalanan produk surat harian Riau Pos.

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan wawancara dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisa dengan menggunakan metode Kualitatif Deskriptif yaitu teknik ini menjelaskan dan menggambarkan dengan kalimat kemudian dianalisa dengan kerangka teori yang relevan tanpa melakukan uji matematis atau statistik dan kemudian diambil suatu kesimpulan.

Dari hasil penelitian, dapat diambil kesimpulan bahwa surat kabar harian Riau Pos ternyata ‘mampu’ meningkatkan kualitas isi berita ditengah perkembangan media yang ketat dengan menggunakan berbagai macam strategi baik dari SDM (Sumber Daya Manusia atau sarana dan prasarana).

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar belakang.....	1
B. Alasan pemilihan judul	4
C. Permasalahan.....	4
D. Tujuan penelitian.....	7
E. Penegasan Istilah.....	8
F. Kerangka teoritis dan konsep operasional.....	9
G. Metode peneltia.....	28
H. Teknik pengambilan data	30
I. Teknik analisa data.....	32
J. Sistematika penulisan.....	33
BAB II GAMBARAN UMUM SURAT KABAR HARIAN RIAU POS	
A. Sejarah Berdiri Harian Surat Kabar Harian Riau Pos	34
B. Kelompok Media dan Kelompok Non Media	40
C. Manajemen.....	40
D. Data Teknis Perusahaan	44
E. Visi dan Misi Riau Pos	45
F. Struktur Organisasi Perusahaan Riau Pos	46
BAB III PENYAJIAN DATA	
A. Strategi surat kabar harian Riau Pos dalam meningkatkan kualitas isi berita (Wawancara, 16 juni 2010).....	47
B. Faktor yang mempengaruhi surat kabar harian Riau Pos dalam meningkatkan kualitas isi berita (Wawancara, 28 Juli 2010)	52

BAB IV PENYAJIAN DATA

- A. Strategi surat kabar harian Riau Pos dalam meningkatkan kualitas isi berita 55
- B. Faktor yang mempengaruhi surat kabar harian Riau Pos dalam meningkatkan kualitas isi berita 62

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan 64
- B. Saran – Saran..... 65

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tertulis dalam sejarah Indonesia bahwa, pada tahun 1999 Indonesia melakukan perubahan besar yaitu masyarakat menuntut kebebasan yang disebut reformasi, masa ini masyarakat menuntut transparansi dari pemerintah. Pers dalam hal ini ikut mengambil bagian terpenting dan menguntungkan, karena semua warga negara Indonesia berhak untuk mendirikan perusahaan pers.

Hal ini membuat bisnis dibidang pers mengalami persaingan yang sangat ketat karena itu industri pers dituntut untuk mengemas produk informasinya lebih canggih lagi mengingat bisnis informasi sudah menjadi trend diawal millenium III.

Dalam bidang informasi, menguasai pangsa pasar dan masuk dalam persaingan ketat antara perusahaan menjadi bagian terpenting dan tidak bisa dielakkan karena masyarakat penikmat informasi menjadikan berita sebagai kebutuhan sehari-hari yang tidak bisa diabaikan keberadaannya. Oleh karena itu, kehadiran media informasi baik milik pemerintah maupun swasta sangat menunjang pengadakan informasi dan itu sangat diperlukan. Informasi itu bisa melalui media cetak maupun elektronik.

Dalam persaingan media massa, selain media cetak sendiri, media elektronikpun (radio dan Televisi) dan media internet walaupun hanya satu persen bangsa Indonesia yang terkait ke internet, juga melakukan persaingan namun

tidak separah dengan persaingan media cetak, karena kita mengenal lokalisasi media yang menjadi ancaman langsung bagi media nasional seperti surat kabar daerah, majalah daerah.

Karena itu, saat ini bisnis surat kabar pada saat ini merupakan bisnis yang menggiurkan bagi pengusaha-pengusaha pers, selama masyarakat Indonesia masih terikat dalam media konvensional, namun hal ini perusahaan pers perlu manajemen yang baik untuk mencapai tujuan perusahaan dalam persaingan persuratkabaran dewasa ini.

Dalam hal ini perusahaan pers yang berusaha menciptakan produk, guna memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Karena demikian besar dan ketatnya persaingan yang mendominasi dunia usaha dewasa ini, dimana perusahaan berlomba menguasai pangsa pasar.

Namun dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan, seringkali perusahaan tersebut dihadapkan pada berbagai kesulitan, misalnya kesulitan merebut pangsa pasar yang lebih luas sebagai akibat dari persaingan antara perusahaan untuk mengatasi keadaan tersebut diatas.

Memperhatikan kepuasan kepada konsumen dan masyarakat merupakan tujuan utama suatu perusahaan yang menganut konsep pemasaran yang mengajarkan bahwa rumusan strategi pemasaran sebagai suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan tersebut, harus berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Konsumen perusahaan bukanlah merupakan tindakan khusus, tetapi lebih merupakan pernyataan yang menunjukkan usaha-usaha pokok diarahkan untuk

mencapai tujuan. Strategi pemasaran itu sendiri terdiri dari unsur-unsur pemasaran terpadu yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion* (komunikasi pemasaran) yang selalu berubah-ubah sejalan dengan aktivitas perusahaan dan perubahan lingkungan pemasarannya serta perubahan perilaku konsumennya.

Dengan adanya perusahaan dalam masyarakat, pola beli yang berubah-ubah telah mengakibatkan banyaknya perusahaan hidup dalam situasi yang tidak menentu sehingga para pengusaha dituntut untuk mendalami pengetahuan tentang strategi bersaing yang mana merupakan salah satu aspek yang dapat memperlancar tujuan perusahaan yang ingin dicapai.

Beberapa perusahaan pers di Pekanbaru yang telah melayani segmen pembaca surat kabar kini mengalami penetrasi pasar dan produk bersaing dalam era globalisasi informasi ini.

Persaingan terdapat dari suatu industri yang mengejar pasar sasaran yang sama. Strategi bersaing meliputi penentuan posisi dalam suatu untuk memaksimalkan nilai kemampuan yang membedakannya dengan para pesaing, karena aspek yang sangat penting dalam perumusan strategi bersaing adalah analisis pesaing, yang mana sasarannya adalah pengembangan profit, sifat dan sukses dari akibat kemungkinan perubahan strategi yang dapat dilakukan oleh tiap-tiap pesaing.

Berdasarkan latar belakang di atas maka muncullah suatu pertanyaan yaitu bagaimana surat kabar harian Riau Pos dalam memenangkan persaingan pemasaran?. Untuk menjawab permasalahan tersebut maka penulis mencoba

meneliti dengan judul “STRATEGI SURAT KABAR HARIAN RIAU POS DALAM MENINGKATKAN KUALITAS ISI BERITA DI PEKANBARU”.

B. ALASAN PEMILIHAN JUDUL

Adapun yang menjadi alasan penulis untuk mengangkat judul ini adalah :

1. Menurut penulis judul ini belum pernah diteliti sebelumnya.
2. Masalah yang diteliti sesuai dengan bidang yang penulis hadapi saat ini.
3. Penelitian dapat dijangkau oleh penulis, baik waktu, dana, dan lokasi.

C. PERMASALAHAN

1. Identifikasi Masalah

Strategi apa yang diterapkan oleh surat kabar harian Riau Pos dalam meningkatkan kualitas isi berita untuk memenangkan persaingan pasar di Pekanbaru.

Pertanyakan Penelitian :

- a. Apakah strategi yang dilakukan oleh surat kabar harian Riau Pos dalam meningkatkan kualitas isi berita ?
- b. Bagaimana bentuk strategi yang digunakan oleh surat kabar harian Riau Pos dalam mempertahankan kualitas berita?

2. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat terarah, perlu dibatasi permasalahan yang akan dibahas, yaitu STRATEGI SURAT KABAR HARIAN RIAU POS DALAM MENINGKATKAN KUALITAS ISI BERITA DI PEKANBARU.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dapat disusun perumusan masalah adalah:

- a) Bagaimana strategi surat kabar harian Riau Pos untuk meningkatkan kualitas isi berita?
- b) Faktor yang mempengaruhi strategi surat kabar harian Riau Pos dalam meningkatkan kualitas isi berita?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh surat kabar harian Riau Pos dalam meningkatkan kualitas isi berita.
2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi peningkatan kualitas isi berita pada surat kabar harian Riau Pos.

E. Kegunaan Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan yang bermanfaat bagi studi pemberitaan yang akhir-akhir ini makin banyak memperoleh kajian dari berbagai disiplin ilmu baik melalui kajian teoritis maupun melalui kajian riset dibidang terapan.
2. sebagai masukan dalam penggunaan strategi meningkatkan kualitas isi berita.

3. penelitian ini diharapkan dapat memperkaya hasil penelitian pada ilmu komunikasi dan pada surat kabar harian Riau Pos dalam kegiatan untuk meningkatkan dan mempertahankan pembacanya.
4. Bagi penulis dapat kiranya memberikan pengalaman dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang diterima selama mengikuti perkuliahan maupun studi mandiri.
5. Sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Studi Strata Satu.

F. PENEGASAN ISTILAH

1. STRATEGI

Gerry Johnson dan Kevan Scholes (dalam buku “Exploring Corporate Strategy”) misalnya mendefinisikan strategi sebagai arah dan cakupan jangka panjang organisasi untuk mendapatkan keunggulan melalui konfigurasi sumber daya alam dan lingkungan yang berubah untuk mencapai kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pihak yang berkepentingan (stakeholder).

2. RIAU POS

Adalah suatu surat kabar atau media cetak terbesar yang berkembang di wilayah Sumatra bagian timur yang menerbitkan berita harian di kota Pekanbaru.

3. KUALITAS

Kualitas dapat didefinisikan dalam berbagai macam definisi. Berikut ini adalah definisi kualitas yang dikemukakan oleh para ahli (Suardi, 2003, pp.2-3):

a) Philip B Crosby

Crosby berpendapat bahwa mutu/kualitas berarti kesesuaian terhadap persyaratan, seperti jam tahan air, sepatu tahan lama, atau dokter yang ahli. Crosby juga mengemukakan pentingnya melibatkan setiap orang pada proses dalam organisasi. Pendekatan Crosby merupakan proses top down.

b) W. Edwards Deming

Deming berpendapat bahwa kualitas berarti pemecahan masalah untuk mencapai penyempurnaan terus-menerus, seperti penerapan kaizen di Toyota dan gugus kendali mutu pada Telkom. Pendekatan Deming merupakan bottom up.

c) Joseph M. Juran

Juran berpendapat bahwa kualitas berarti kesesuaian dengan penggunaan, seperti sepatu yang dirancang untuk olah raga atau sepatu kulit yang dirancang untuk ke kantor atau ke pesta. Pendekatan Juran merupakan orientasi pada upaya pemenuhan harapan pelanggan

4. ISI BERITA

Sesungguhnya berita adalah hasil rekonstruksi tertulis dari realitas sosial yang terdapat dalam kehidupan. Itulah sebabnya ada orang yang beranggapan bahwa penulisan berita lebih merupakan pekerjaan merekonstruksikan realitas sosial ketimbang gambaran dari realitas itu sendiri. Saya sendiri setuju dengan anggapan ini. Bagaimanapun, tidak ada seorang pun yang sanggup merekonstruksikan realitas sosial memiliki empat muka, maka yang sering diungkap para wartawan hanya dua muka. Hal ini diakui sendiri oleh Thoriq Hadad, wartawan eks “Tempo”. Dalam sebuah perbincangan dengan saya di Surabaya, 6 Agustus 1994. Thoriq Hadad mengatakan bahwa apa yang diungkapkan “Tempo” dalam pemberitaannya hanya sekitar 60% dari apa yang diketahui “Tempo”. Sudah begitu, pemerintah masih menganggap “Tempo” tidak bisa menahan diri.

Untuk keperluan definisi berita, bisa saja dikutip pendapat Nancy Nasution, yakni: Laporan tentang peristiwa-peristiwa yang terjadi, yang ingin diketahui oleh umum, dengan sifat-sifat aktual, terjadi di lingkungan pembaca, mengenai tokoh terkemuka, akibat peristiwa tersebut berpengaruh terhadap pembaca (Dalam Basuki 1983:1).

Bisa juga dikutipkan pendapat W.J.S. Purwadarminta, yang mengatakan bahwa berita adalah laporan tentang satu kejadian yang terbaru (ibid). Kedua pengertian ini menimbulkan pendapat bahwa tidak semua yang tertulis dalam surat kabar atau majalah bisa disebut sebagai berita. Iklan dan resep masakan tidak bisa disebut berita. Yang disebut berita adalah laporan tentang sebuah

peristiwa. Dengan perkataan lain, sebuah peristiwa tidak akan pernah menjadi berita bila peristiwa tersebut tidak dilaporkan.

G. Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional

1) Kerangka Teoritis

a) Strategi

Para ahli komunikasi terutama di Negara-negara yang sedang berkembang, dalam tahun-tahun terakhir ini menumpahkan perhatiannya yang besar terhadap strategi komunikasi (Communication Strategy), dalam hubungannya dengan penggiatan pembangunan nasional di Negara masing-masing. Fokus perhatian ahli komunikasi ini memang penting untuk ditujukan kepada strategi komunikasi, karena berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi.

1) Definisi

Strategi adalah rencana jangka panjang dengan diikuti tindakan-tindakan yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu, yang umumnya adalah "kemenangan". Strategi dibedakan dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat, walaupun pada umumnya orang sering kali mencampuradukkan ke dua kata tersebut.

Pada awalnya kata ini dipergunakan untuk kepentingan militer saja tetapi kemudian berkembang ke berbagai bidang yang berbeda seperti strategi bisnis, olahraga (misalnya sepak bola dan tenis), catur, ekonomi, pemasaran, perdagangan, manajemen strategi, dll.

Asal kata "strategi" adalah turunan dari kata dalam bahasa Yunani, strat?gos. Adapun strat?gos dapat diterjemahkan sebagai 'komandan militer'.

Strategos berarti jendral atau perwira tinggi. Memang hal tersebut, membingungkan dari ketidak konsistenan. Akan tetapi, tak peduli perwira tinggi maupun strategos. Strategi tidak lain kata yang merupakan lambang pengertian yang dimiliki seseorang dan arbitrer. Adalah sah seseorang menyebut strategi dengan sebutan nasi. Permasalahannya terletak dalam kebiasaan umum atau dengan kata lain jika tidak umum maka sukar pengertian yang dirujuk lambang sampai pada penerima lambang tepat sama dengan pengertian pemberi lambang.

Strategi adalah ilmu dan seni menggunakan kemampuan bersama sumber daya dan lingkungan secara efektif yang terbaik. Terdapat empat unsur penting dalam pengertian strategi, yaitu: kemampuan, sumber daya, lingkungan, dan tujuan. Empat unsur tersebut, sedemikian rupa disatukan secara rasional dan indah sehingga muncul beberapa alternatif pilihan yang kemudian dievaluasi dan diambil yang terbaik. Lantas hasilnya dirumuskan secara tersurat sebagai pedoman taktik yang selanjutnya turun pada tindakan operasional.

Rumusan strategi paling tidak mesti memberikan informasi apa yang akan dilakukan, mengapa dilakukan demikian, siapa yang bertanggung jawab dan mengoperasionalkan, berapa besar biaya dan lama waktu pelaksanaan, hasil apa yang akan diperoleh. Akhirnya tidak lupa keberadaan strategi pun harus konsisten dengan lingkungan, mempunyai alternatif strategi, fokus keunggulan dan menyeluruh, mempertimbangkan kehadiran risiko, serta dilengkapi tanggung

jawab sosial. Singkatnya strategi yang ditetapkan tidak boleh mengabaikan tujuan, kemampuan, sumber daya, dan lingkungan. Pengabaian terhadap kualitas maupun kuantitas salah satunya memastikan dan membuka keberadaan titik serang kompetitor.

Mengingat masuknya unsur lingkungan ke dalam konsep strategi telah dikemukakan. Keberadaan strategi mempunyai jangka waktu relatif panjang. Hal tersebut, menyiratkan prediksi perubahan lingkungan penting memperoleh perhatian

Gerry Johnson dan Kevan Scholes (dalam buku “Exploring Corporate Strategy”) mendefinisikan strategi sebagai arah dan cakupan jangka panjang organisasi untuk mendapatkan keunggulan melalui konfigurasi sumber daya alam dan lingkungan yang berubah untuk mencapai kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pihak yang berkepentingan (stakeholder).

Henry Mintzberg mendefinisikan strategi sebagai 5P, yaitu: strategi sebagai PERSPEKTIF, strategi sebagai POSISI, strategi sebagai PERENCANAAN, strategi sebagai POLA kegiatan, dan strategi sebagai “PENIPUAN” (Ploy) yaitu muslihat rahasia. Sebagai Perspektif, di mana strategi dalam membentuk misi, misi menggambarkan perspektif kepada semua aktivitas. Sebagai Posisi, di mana dicari pilihan untuk bersaing. Sebagai Perencanaan, dalam hal strategi menentukan tujuan performansi perusahaan. Sebagai Pola kegiatan, di mana dalam strategi dibentuk suatu pola, yaitu umpan balik dan penyesuaian.

Dari berbagai pengertian dan definisi mengenai strategi, secara umum dapat didefinisikan bahwa strategi itu adalah rencana tentang serangkaian manuver, yang mencakup seluruh elemen yang kasat mata maupun yang tak-kasat mata, untuk menjamin keberhasilan mencapai tujuan.

2) Bentuk strategi

Dalam merumuskan tipe-tipe strategi, Kotler membaginya menjadi empat tipe, yaitu :

2.1 *Corporate Strategy* (strategi organisasi)

Strategi ini berkaitan dengan perumusan misi, nilai-nilai, dan inisiatif-inisiatif strategik yang baru. Pembatasan-pembatasan yang diperlukan, yaitu apa yang dilakukan dan untuk siapa.

2.2 *Program Strategy* (strategi promosi)

Strategi ini lebih memperhatikan pada implikasi-implikasi strategik dari suatu program tertentu dilancarkan atau diperkenalkan, apa dampaknya bagi sasaran organisasi.

2.3 *Resource Support Strategy* (strategi pendukung sumber daya)

Strategi sumber daya ini memusatkan perhatian pada memaksimalkan pemanfaatan sumber-sumber daya esensial yang tersedia guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi. Sumber daya ini dapat berupa tenaga, keuangan, teknologi dan sebagainya.

2.4 *Institutional Strategy*

Fokus dari strategi insititusional ialah mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif stratejik.

Para eksekutif perlu menjamin bahwa strategi yang mereka susun dapat berhasil dengan meyakinkan. Bukan saja dipercaya oleh orang lain, tetapi memang dapat dilaksanakan. Untuk itu Hatten memberi beberapa petunjuk bagaimana suatu strategi dibuat sehingga strategi tersebut dapat sukses. Petunjuk-petunjuk tersebut adalah :

2.4.1 Strategi haruslah konsisten dengan lingkunganya.

2.4.2 Setiap organisasi tidak hanya membuat satu strategi

2.4.3 Strategi yang efektif hendaknya memfokuskan dan menyatukan semua sumber daya dan tidak menceraiberikan satu dengan yang lain.

2.4.4 Strategi hendaknya memusatkan perhatian apa apa yang merupakan kekuatannya dan tidak pada titik yang justru adalah kelemahannya.

2.4.5 Sumber daya adalah sesuatu yang kritis.

2.4.6 strategi hendaknya memperhitungkan resiko yang tidak terlalu besar.

2.4.7 Strategi hendaknya disusun diatas landasan keberhasilan yang telah dicapai.

2.4.8 Tanda-anda dari suksesnya strategi ditampakkan dengan adanya dukungan dari pihak-pihak yang terkait, dan terutama dari pihak eksekutif, dari semua pimpinan unit kerja dalam organisasi.

Suatu strategi hendaknya memberi informasi kepada pembacanya yang sekaligus berarti mudah dipahami oleh setiap anggota manajemen puncak dan setiap karyawan organisasi.

3) Sifat dan Fungsi strategi

Sebelum tahun 1980an, para perencana perusahaan dan perencana perkotaan tidak pernah saling berkomunikasi untuk bertukar cara berpikir perencanaan. Pada awal 1980an, komunikasi antara dua pihak tersebut terjalin, dan perencana perkotaan meminjam pendekatan perencanaan strategis, yang biasa dipakai di bidang usaha, ke bidang perencanaan perkotaan. Berdasar bahan-bahan dari literatur, dikaji sifat-sifat perencanaan strategis perusahaan dan kemungkinannya untuk diterapkan dalam perencanaan publik. Secara singkat, kajian ini menghasilkan temuan bahwa perencanaan strategis perusahaan mempunyai sifat-sifat:

- 3.1 Berorientasi lebih menuju ke tindakan, hasil, dan implementasi.
- 3.2 Mempromosikan partisipasi yang lebih luas dan beragam dalam proses perencanaannya.
- 3.3 Lebih menekankan pada pemahaman masyarakat terhadap konteks lingkungannya, mengidentifikasi peluang dan ancaman terhadap masyarakat melalui kajian lingkungan.
- 3.4 Mengandung perilaku kompetitif (bersaing) di pihak masyarakat.
- 3.5 Menekankan kajian kekuatan dan kelemahan masyarakat dalam konteks peluang dan ancaman.

4) Faktor yang mempengaruhi strategi

Terdapat enam faktor atau determinan yang menentukan strategi, yaitu :

4.1 Tujuan dan sasaran

Perlu dipahami bahwa tujuan dan sasaran berbeda. Menurut Harvey (Salusu, 1996) mencoba menjelaskan keduanya dimana *organizational goal* adalah keinginan yang hendak dicapai diwaktu yang akan datang, yang digambarkan secara umum dan relatif tidak mengenal batas waktu, sedangkan *organizational objective* adalah pernyataan yang sudah mengarah pada kegiatan untuk mencapai *goals* – lebih terkait dengan waktu, dapat diukur dan dapat dijumlah dan dihitung.

4.2 Lingkungan

Harus disadari bahwa organisasi tidak dapat hidup dalam isolasi. Seperti manusia, organisasi yang dikendalikan oleh manusia senantiasa berintraksi dengan lingkungannya, dalam arti saling mempengaruhi. Sasaran organisasi selalu berhubungan dengan lingkungan, dimana bisa terjadi bahwa lingkungan yang mampu mengubah sasaran, sebaiknya sasaran organisasi dapat mengontrol lingkungan.

4.3 Kemampuan Internal

Menurut Shirley kemampuan internal digambarkan sebagai apa yang dibuat (*can do*) karena kegiatan akan terpusat pada kekuatan.

4.4 Kompetisi

Kompetisi dapat diartikan sebagai persaingan, dimana hal ini tentu saja tidak dapat diabaikan dalam merumuskan strategi.

4.5 Pembuat Strategi

Pembuat strategi juga harus diperhatikan karena hal ini tidak lepas dari orang-orang yang memiliki kompetensi dalam pembuatan strategi.

4.6 Komunikasi

Para penulis secara implicit menyadari bahwa melalui komunikasi yang baik, strategi biasa berhasil. Informasi yang tersedia dalam lingkungan pada umumnya tidak lengkap dan berpengaruh dalam mengatur strategi. Sekalipun demikian, informasi tersebut haruslah tetap dikomunikasikan.

b) Surat Kabar

Untuk mengetahui apa itu media cetak (surat kabar), tentu kita harus mengetahui pers itu sendiri, karena media massa cetak bagian dari pers. Pers berasal dari cara kerjanya mesin cetak pada mulanya dengan menekankan huruf-huruf diatas kertas. Sejarah pers pada awalnya ditemukan oleh Johanes dan Jonzzon yang bermukim di tepi Sungai Mainz pada tahun 1450, dan kemudian berkembang di Amerikas, oleh Harris pada tahun 1960 (Hafied Changara, 2004:25)

Surat kabar merupakan bagian dari media massa yang berfungsi untuk menyampaikan informasi yang merupakan suatu proses komunikasi, yang menggunakan media baik yang berbentuk cetak maupun elektronik. Surat kabar

adalah suatu media yang digunakan wartawan untuk menulis berita seperti surat kabar harian, mingguan, dan majalah (Widoo, 1997)

Menurut sejarah pers, surat kabar yang tertua adalah *Neuzie Scritte* di Venesia yang terbit pada tahun 1566, sedangkan majalah yang pertama-tama diterbitkan adalah *Getlemen's Magazine* pada tahun 1731 di London.

1) Definisi berita

Dunia jurnalistik mendapatkan momentum baru pada era reformasi di Indonesia saat ini. Ketika Orde Baru berkuasa, banyak fakta disembunyikan sehingga pers yang berperan sebagai penyambung lidah masyarakat tidak mendapatkan informasi yang akurat, benar dan lengkap. Kehidupan pers banyak dipengaruhi oleh kekuasaan pemerintah sehingga berkali-kali terjadi pembredelan koran atau majalah.

Pada saat era reformasi bergulir, peranan pers menjadi penting. Dunia jurnalistik hidup kembali. Demikian pula praktisi jurnalistik baik wartawan maupun unsur pendukungnya menghirup udara segar. Isyarat hidupnya kembali dunia kuli tinta (sekarang disebut kuli disket) ini terlihat dari banyaknya penerbitan yang muncul. Majalah, tabloid dan surat kabar baik harian maupun mingguan tumbuh bagaikan jamur.

Pada umumnya di bidang penerbitan surat kabar misalnya, terdapat empat^Â bagian penting yakni bagian editorial, sirkulasi, periklanan dan percetakan. Kebutuhan akan barang dan jasa pendukung kehidupan jurnalistik ini

menyebabkan bidang ini beralih menjadi sebuah industri. Hal itu disebabkan bidang persuratkabaran, televisi maupun radio membutuhkan berbagai peralatan yang mahal harganya dan juga kertas maupun mesin percetakan yang saat ini sudah sampai pada teknologi cetak jarak jauh.

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pentingnya menyimak berita adalah untuk dapat mengetahui informasi terbaru, aktual dengan mengambil manfaat dari apa yang telah disimak.

Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media on-line internet.

News (berita) mengandung kata new yang berarti baru. Secara singkat sebuah berita adalah sesuatu yang baru yang diketengahkan bagi khalayak pembaca atau pendengar. Dengan kata lain, news adalah apa yang surat kabar atau majalah cetak atau apa yang para penyiar beberkan.

Menurut Brian S Brook dkk (1985), berita terdiri dari unsur fakta. Namun tidak setiap fakta adalah berita. Berita biasanya menyangkut manusia tetapi tidak setiap orang bernilai berita. Berita, demikian Brian S Brook, adalah tentang apa yang terjadi di dunia namun hanya serpihan kecil fakta yang dilaporkan.

Dalam jurnalistik, begitu banyak pengertian berita. Masing-masing orang memberikan definisi berita berdasar sudut pandang sendiri-sendiri dalam merumuskan. Dalam buku *Reporting*, Mitchell V. Charnley menuliskan beberapa

definisi berita: “Berita adalah segala sesuatu yang terkait waktu dan menarik perhatian banyak orang dan berita terbaik adalah hal-hal yang paling menarik yang menarik sebanyak mungkin orang (untuk membacanya).” Ini definisi menurut Willard Grosvenor Bleyer.

Dari sekian definisi atau batasan tentang berita itu, pada prinsipnya ada beberapa unsur penting yang harus diperhatikan dari definisi tersebut. Yakni: Laporan kejadian atau peristiwa atau pendapat yang menarik dan penting disajikan secepat mungkin (*terikat oleh waktu*).

Dalam jurnalistik juga dikenal jenis berita menurut penyajiannya. Pertama, *Straight News* (sering juga disebut *hard news*), yakni laporan kejadian-kejadian terbaru yang mengandung unsur penting dan menarik, tanpa mengandung pendapat-pendapat penulis berita. *Straight news* harus ringkas, singkat dalam pelaporannya, namun tetap tidak mengabaikan kelengkapan data dan obyektivitas. Kedua, *Soft News* (sering disebut juga *feature*), yakni berita-berita yang menyangkut kemanusiaan serta menarik banyak orang termasuk kisah-kisah jenaka, *lust* (menyangkut nafsu birahi manusia), keanehan (*oddity*).

Menurut Dean M. Lyle Spencer : Berita adalah suatu kenyataan atau ide yang benar yang dapat menarik perhatian sebagian besar dari pembaca.

Menurut Willard C. Bleyer : Berita adalah sesuatu yang termasa (baru) yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar. Karena itu ia dapat

menarik atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar, atau karena ika dapat menarik pembaca - pembaca tersebut.

Menurut William S Maulsby : Berita adalah suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut.

Menurut Eric C. Hepwood : Berita adalah laporan pertama dari kejadian yang penting yang dapat menarik perhatian umum

Menurut Dja'far H Assegaf : Berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang termasa (baru), yang dipilih oleh staff redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca. Entah karena luar biasa, entah karena pentingnya, atau akibatnya, entah pula karena ia mencakup segi – segi human interest seperti humor, emosi dan ketegangan.

Menurut J.B. Wahyudi : Berita adalah laporan tentang peristiwa atau pendapat yang memiliki nilai penting, menarik bagi sebagian khalayak, masih baru dan dipublikasikan melalui media massa periodik.

Menurut Amak Syarifuddin : Berita adalah suatu laporan kejadian yang ditimbulkan sebagai bahan yang menarik perhatian publik media massa.

Dari sekian definisi atau batasan tentang berita itu, pada prinsipnya ada beberapa unsur penting yang harus diperhatikan dari definisi tersebut. Yakni:

Laporan kejadian atau peristiwa atau pendapat yang menarik dan penting disajikan secepat mungkin kepada khalayak luas.

2) Macam-macam berita

2.1 Straight News: berita langsung, apa adanya, ditulis secara singkat dan lugas. Sebagian besar halaman depan surat kabar berisi berita jenis ini, jenis berita Straight News dipilih lagi menjadi dua macam :

2.1.1 Hard News: yakni berita yang memiliki nilai lebih dari segi aktualitas dan kepentingan atau amat penting segera diketahui pembaca. Berisi informasi peristiwa khusus (special event) yang terjadi secara tiba-tiba.

2.1.2 Soft News, nilai beritanya di bawah Hard News dan lebih merupakan berita pendukung.

2.1.3 Depth News: berita mendalam, dikembangkan dengan pendalaman hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan.

2.1.4 Investigation News: berita yang dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber.

2.1.5 Interpretative News: berita yang dikembangkan dengan pendapat atau penelitian penulisnya/reporter.

2.1.6 Opinion News: berita mengenai pendapat seseorang, biasanya pendapat para cendekiawan, sarjana, ahli, atau pejabat, mengenai suatu hal, peristiwa, kondisi poleksosbudhankam, dan sebagainya.

3) Bentuk berita

Secara umum, berita mempunyai bagian-bagian dalam susunannya yaitu

3.1 Headline.

Biasa disebut judul. Sering juga dilengkapi dengan anak judul. Ia berguna untuk.

3.1.1 Menolong pembaca agar segera mengetahui peristiwa yang akan diberitakan.

3.1.2 Menonjolkan satu berita dengan dukungan teknik grafika.

3.2 Deadline.

Ada yang terdiri atas nama media massa, tempat kejadian dan tanggal kejadian. Ada pula yang terdiri atas nama media massa, tempat kejadian dan tanggal kejadian. Tujuannya adalah untuk menunjukkan tempat kejadian dan inisial media.

3.3 Lead.

Lazim disebut teras berita. Biasanya ditulis pada paragraph pertama sebuah berita. Ia merupakan unsur yang paling penting dari sebuah berita, yang menentukan apakah isi berita akan dibaca atau tidak. Ia merupakan sari pati sebuah berita, yang melukiskan seluruh berita secara singkat.

3.4 Body.

Atau tubuh berita. Isinya menceritakan peristiwa yang dilaporkan dengan bahasa yang singkat, padat, dan jelas. Dengan demikian body merupakan perkembangan berita.

3.5 Unsur-Unsur Berita

Dalam Berita Harus terdapat unsur-unsur 5W 1H yaitu :

What - apa yang terjadi di dalam suatu peristiwa.

Who - siapa yang terlibat di dalamnya.

Where - di mana terjadinya peristiwa itu.

When - kapan terjadinya.

Why - mengapa peristiwa itu terjadi.

How - bagaimana terjadinya.

What next - terus bagaimana.

4) **Kualitas isi berita**

Kualitas isi berita adalah seperangkat kriteria untuk menilai apakah sebuah kejadian cukup penting untuk diliput. Ada sejumlah faktor yang membuat sebuah kejadian memiliki nilai berita. Tujuh di antaranya adalah:

4.1 Audience. Seperti halnya kepingan salju, tidak ada dua pendengar/pembaca yang benar-benar sama. Oleh karena itu sebuah berita mungkin lebih berarti bagi seseorang daripada yang lainnya. Oleh karena itu perlu dipikirkan ketika menulis siapa yang akan membaca atau mendengar apa yang kita tulis. Di sini seyogyanya penulis

mempertimbangkan aspek kultural, sosial dan ekonomi sebuah masyarakat pembaca.

- 4.2 Kedekatan (proximity). Ada dua hal tentang kedekatan. *Pertama* dekat secara fisik dan *kedua*, kedekatan secara emosional. Orang cenderung tertarik bila membaca berita yang peristiwa atau kejadiannya dekat dengan wilayahnya dan juga perasaan emosional berdasarkan ikatan tertentu.
- 4.3 Ketenaran (prominence). Orang terkenal memang sering menjadi berita. Seperti kata ungkapan Barat, *Name makes news*. Bintang film, sinetron, penyanyi, politisi ternama seringkali muncul di koran dan juga televisi.
- 4.4 Aktualitas (timeliness). Berita, khususnya *straight news*, haruslah berupa laporan kejadian yang baru-baru ini terjadi atau peristiwa-peristiwa yang akan terjadi di masa depan.
- 4.5 Dampak (impact). Sebuah kejadian yang memiliki dampak pada masyarakat luas memiliki nilai berita yang tinggi. Semakin besar dampak tersebut bagi masyarakat, semakin tinggi pula nilai beritanya.
- 4.6 Keluarbiasaannya (magnitude). Sebenarnya hampir sama dengan dampak, namun *magnitude* di sini menyangkut sejumlah orang besar, prestasi besar, kehancuran yang besar, kemenangan besar, dan segala sesuatu yang besar.
- 4.7 Konflik (conflict). Berita tentang adanya bentrokan, baik secara fisik maupun nonfisik, selalu menarik. Misalnya bentrokan antarmanusia, manusia dengan binatang, antar-kelompok, bangsa, etnik, agama, kepercayaan, perang dsb.

4.8 Keanehan (oddity atau unusualness). Sesuatu yang tidak lazim (*unusual*) mengundang perhatian orang di sekitarnya. Orang yang berdandan esktrantik, orang yang bergaya hidup tidak umum, memiliki ukuran fisik yang beda dengan yang lain pada umumnya, dan sebagainya cenderung jadi berita yang bernilai tinggi. Hal tidak biasa membuat berita. Pada abad ke-19 ada ungkapan “anjing menggigit manusia bukan berita tetapi manusia menggigit anjing, itulah berita. Saat ini resep lama tersebut masih bertuah.

2. Konsep Operasional

Melalui kerangka teoritis yang telah penulis paparkan sebelumnya, maka dapat dibuat suatu rumusan konsep operasional yang akan dijadikan tolak ukur dalam melakukan penelitian. Adapun indikator-indikator dalam kajian tentang strategi meningkatkan kualitas isi berita adalah:

a. Strategi, meliputi:

1) Sumber Daya Manusia (SDM),

1.1 Peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) Wartawan, hal ini

dapat dilakukan melalui :

1.1.1 Jalur pendidikan formal

1.1.2 Pelatihan

1.1.3 Seminar

1.1.4 Workshop

1.2 Peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) Layouter / Editor,

hal ini dapat dilakukan melalui :

1.2.1 Jalur Pendidikan Formal

1.2.2 Pelatihan

1.2.3 Seminar

1.2.4 Workshop

2) Sarana dan Prasarana

2.1 Peningkatan Infrastruktur, hal ini dapat dilakukan melalui :

2.1.1 Pengadaan Peralatan kerja dan fasilitas

2.1.2 Pengadaan komputer

2.1.3 Pengadaan jaringan Internet

2.1.4 Pengadaan ruangan kantor

2.1.5 Pengadaan tape recording / kamera

2.2 Peningkatan Pendapatan, hal ini dapat terlihat dari :

2.2.1 Besarnya gaji pokok karyawan

2.2.2 Adanya pemberian tunjangan berupa materi atau jabatan

2.2.3 Adanya pemberian tunjangan berupa fasilitas

2.3 Peningkatan Karir, hal ini dapat terlihat melalui :

2.3.1 Kenaikan pangkat / jabatan

2.3.2 Penghargaan terhadap kinerja karyawan berupa hadiah atau bonus tahunan.

2.3.3

3) Penampilan surat kabar harian Riau Pos

Peningkatan penapilan surat kabar harian Riau Pos, hal ini dapat terlihat melalui :

3.1 Pemilihan gambar yang akan diterbitkan

3.2 Tata letak atau layout surat kabar harian Riau Pos

3.3 Penambahan kolom pada surat kabar harian Riau Pos

4) Meeting

Adanya evaluasi berkala yang dilakukan secara mingguan, bulanan, dan tahunan.

b. Kualitas berita , hal ini dapat terlihat dari :

1) Oplah

1.1 Langganan

1.1.1 Instansi pemerintah dan swasta

1.1.2 Umum

1.2 Jual bebas

2) Pemasangan Iklan

2.1 Langganan

2.1.1 Lembaga pemerintah dan swasta

2.1.2 Perorangan

2.2 Tidak berlangganan

2.2.1 Lembaga pemerintah dan swasta

2.2.2 Perorangan

2.2.3

H. METODE PENELITIAN

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada media cetak surat kabar harian pagi Riau Pos di Pekanbaru.

2. Subjek da Objek Penelitian

Yang menjadi subjek kajian pada penelitian ini adalah surat kabar harian Riau Pos sedangkan objeknya adalah strategi surat kabar harian riau pos dalam meningkatkan kualitas isi berita.

3. Sumber Data

Adapun yang menjadi sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua golongan yaitu :

3.1 Informan kunci atau utama (*Key Informant*)

3.1.1 Manager umum, memiliki tugas untuk mengurus dan menyediakan kebutuhan bagi perusahaan, seperti peralatan kantor, gedung perkantoran, alat angkut, mesin cetak, dan sebagainya.

3.1.2 Pimpinan redaksi, orang pertama yang bertanggung jawab terhadap semua isi penerbitan surat kabar, dan bertanggung jawab kepada pimpinan umum atau terlaksananya segala kegiatan pemberitaan dan memimpin beberapa bawahan dalam menjalankan tugas redaksional.

3.1.3 Kepala desain grafis dan editing, orang yang bertanggung jawab atas desain grafis dan editing pada surat kabar.

3.1.4 Manajer sirkulasi, orang yang bertanggung jawab dalam dalam perjalanan produk penerbitan surat kabar, mulai dari keluar percetakan sampai pada pelanggan atau pembaca.

3.2 Informan pelengkap (*Secondary Informant*)

Masyarakat awam, anggota masyarakat yang dipandang mengerti persoalan pemberitaan.

Ditambahkan bahwa apabila terdapat kesimpang siuran atau terjadinya perbedaan data /informasi terhadap masalah yang sama dari sumber yang berbeda antara *Key informant* dengan *Secondary informant* maka peneliti akan menggunakan data yang diperoleh dari *Key informant* (sumber data utama)

Mengutamakan data yang bersumberkan dari Key informant (informan kunci) dari pada data yang bersumber dari Secondary informant (informan kedua), berdasarkan pada pertimbangan dimana peneliti melihat bahwa Key informant lebih kompeten dalam masalah tersebut serta dapat dipertanggung jawabkan dalam kelembagaan. E. Andri Adjus (2004 : 43-44)

I. TEKNIK PENGAMBILAN DATA

Untuk memperoleh data-data yang akurat penulis menggunakan teknik-teknik pengambilan data yaitu :

1. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan referensi pendukung penelitian ini, yaitu bacaan seperti: literatur, buku-buku karangan ilmiah, dan dokumen-dokumen lain yang sesuai dengan kajian penelitian, terutama dokumen-dokumen yang dimiliki oleh surat kabar harian Riau Pos.

2. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang menghendaki komunikasi langsung antara penyelidik dengan subjek atau responden. Keunggulan dari teknik wawancara adalah dapat memperoleh informasi yang lebih kompleks, tidak terikat dengan umur dan pendidikan, dan teknik wawancara ini tidak menemui kesulitan meskipun repondennya buta huruf sekalipun, atau pada lapisan masyarakat yang manapun, karena alat utamanya adalah bahasa verbal (Yatim Rianto, 2001).

3. Observasi

Observasi merupakan suatu metode penelitian. Instrumen yang digunakan di dalam observasi di antaranya pedoman observasi. Di dalam observasi peneliti menyiapkan instrumen penelitian yaitu pedoman observasi. Pedoman observasi ini dapat berupa daftar yang dapat dicek (ceklist).

Sungguhpun pedoman observasi telah disiapkan, ada kalanya peneliti mendapati hal-hal yang baru, yaitu yang tidak ada di dalam ceklistnya. Dalam hal

ini peneliti mesti menuliskan hal-hal yang baru itu di dalam catatannya (mungkin di kolom keterangan atau di bawah formulir pedoman observasi).

Ada kalanya observasi itu dilakukan sebagai pelengkap penelitian utama. Ketika penelitian mengutamakan pengambilan data pada teknik tes dengan suatu metode statistika, observasi dapat menjadi pelengkap teknik tes itu. Penelitian seperti ini melihat tes sebagai data utamanya.

Pada penelitian lain, observasi bisa saja merupakan pekerjaan utama dalam memperoleh data penelitian. Peneliti sendirilah yang menentukan wilayah garapan penelitiannya. Biasanya wilayah ini akan melibatkan ketertarikan masyarakat dan sisi komersil dari penelitian ini. Beberapa universitas berbadan hukum milik negara berusaha mematenkan penelitian-penelitiannya

J. TEKNIK ANALISA DATA

Untuk menganalisis penelitian ini, maka dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut: (Miles dan Huberman, 1992: 18)

- a) Pengumpulan informasi, melalui wawancara, dokumen maupun observasi langsung.
- b) Reduksi. Langkah ini adalah untuk memilih informasi mana yang sesuai dan tidak sesuai dengan masalah penelitian.
- c) Penyajian. Setelah informasi dipilih maka disajikan bisa dalam bentuk tabel, ataupun uraian penjelasan.
- d) Tahap akhir, adalah menarik kesimpulan. (Miles dan Huberman, 1992: 18)

Data yang diperoleh dari informan akan di analisis melalui tahapan di atas, selanjutnya di sajikan dalm bentuk kalimat berupa kesimpulan sehingga tidak menghilangkan keaslian dan maksud dari data.

K. SISTEMATIKA PENULISAN

Bentuk sistematika penulisan hasil penelitian ini disusun dalam lima bab dengan bentuk sistematika penulisan :

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan bab pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, penegasan istilah, alasan pemilihan judul, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teoritis dan konsep operasional, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Pada bab ini meliputi tentang, sejarah berdirinya surat kabar harian Riau Pos , visi dan misi surat kabar harian Riau Pos, statement surat kabar harian Riau Pos, coverage area, profil surat kabar harian Riau Pos, struktur surat kabar harian Riau Pos.

BAB III : PENYAJIAN DATA

Bab ini menyajikan tentang data proses peningkatan kualitas isi berita yang di peroleh dari penelitian di surat kabar harian Riau Pos.

BAB IV : ANALISA DATA

Pada bab ini, penulis menganalisa strategi surat kabar harian riau pos dalam meningkatkan kualitas isi berita.

BAB V : PENUTUP

Bab penutup yang meliputi tentang kesimpulan dan saran penulis terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

GAMBARAN UMUM

SURAT KABAR HARIAN RIAU POS

A. Sejarah Berdiri Harian Surat Kabar Harian Riau Pos

Surat kabar riau pos di terbitkan oleh PT. Riau Pos Intermedia. Terbit pertama kali sebagai harian pada tanggal 17 januari 1991 di gedung percetakan milik pemda riau di jalan Kuantan Raya Pekanbaru. Edisi pertama bertepatan dengan meletusnya perang teluk I dengan sub judul “George Bush Yakin Tekan Gagal, Sadam Janjikan Kemenangan” dengan delapan halaman.

Sebelum Riau Pos terbit sebagai surat kabar harian, surat kabar harian riau pos adalah sebuah koran mingguan.pertama kali terbit tahun 1989.penerbit nya adalah Yayasan Penerbitan dan Percetakan Riau Makmur, yang didirikan dengan akte notaris Syawal Sultan.dalam sejarah perkembangan Riau Pos adalah kelanjutan dari surat kabar mingguan Warta Karya yang di ketuai oleh H.Imam munandar, Gubernur Riau waktu itu.setelah bertahan selama beberapa bulan,akhir nya Warta Karya berhenti penerbitan.

Akhirnya nama Warta Karya di ganti dengan Riau Pos, yang lebih komersil dan pengasuhnya juga berganti. Dalam tempo yang ingkat surat izin usaha penerbitan pers (SIUPP) keluar, dan Riau Pos terbit. Tak lama kemudian pindah ke jalan Imam Bonjol. Namun hasilnya juga kurang baik, dan terbit hannya beberapa edisi Riau Pos kembali berhenti terbit.

Dalam kondisi yang sangat sulit, karena harus membayar karyawan yang ada, sementara penerbitan surat kabar sendiri masih tersendat – sendat, maka datang tawaran kerja sama dari kelompok penerbit Jawa Pos, yang berpusat di Surabaya.

Tawaran manajemen juga pernah datang dari kelompok lain yaitu pengusaha dari medan yang tergabung dalam kelompok tersebut tidak terlaksana, karena ada beberapa kesepakatan yang tidak sesuai, dan memungkinkan Riau Pos dapat kembali eksis sebagai pers daerah.

Tanggal 21 juni 1990 MOU dengan kelompok penerbit Jawa Pos di tanda tangani di depan notaris Syawal Sultan. Dari kesepakatan tersebut Riau Pos kembali terbit di bumi lancing kuning. Kekuatan utama dari manajemen Surat Kabar Riau Pos sejak awal adalah kebersamaan kerja keras. Semangat yang di topang oleh ke handalan jaringan Jaw pos Media grop yang member peluang agar Riau Pos bisa tumbuh bersama, besama anak-anak perusahaan lainnya dalam kebersamaan, akhir nya memang memberikan hasil cukup menggembirakan.

Obsesi yang dulunya sekedar menebus mitos itu pelan-pelan sudah bergeser, obsesi itu kini sudah menjadi ambisi-ambisi yang didalamnya terkandung semangat harapan dan optimisme yang berkobar-kobar. Harapan dan cita-cita Riau Pos adalah menjadikan Riau Pos koran Nasional dari Riau. Artinya, Riau Pos ingin menjadi koran yang standing dan sama majunya dengan Koran-koran nasional lainnya yang ada di tanah air, baik dalam kualitas isi, dan produk.

Riau Pos pertama kali terbit di mulai dengan oplah 2.500 eksemplar di tahun 1991, terus merangkak menjadi 7.500 eks pada tahun 1992, 1.500 eks pada tahun 1993, 2.000 eks pada tahun 1996, 3.500 pada tahun 1997 dan pada tahun 1998 menebus batas 5.0000 yaitu pada edisi lengsernya presiden Suharto tahun-tahun berikutnya oplah berkisar 35.000 per hari.

Penyebaran Koran Riau Pos semakin melebar, tahun pertama Riau Pos semakin melebar, tahun pertama Riau Pos hanya berkonsentrasi pada pasar Kota Pekanbaru dan sekitarnya saja. Maka pada tahun ke empat Riau Pos sudah mulai menjangkau daerah-daerah di Kabupaten lainnya di Riau, seperti kabupaten Kampar, Inhil, Dumai, Batam, dan Tanjung Pinang.

Keberhasilan Riau Pos menembus oplah 50.000 eks pada edisi 22 mei 1998 juga merupakan peristiwa yang sangat penting, sebab dengan oplah itu Riau Pos tercatat sebagai Koran daerah pertama di kelompok jawa Pos Media Grup yang melewati oplah tersebut. Maka diantara Koran_koran di luar jawa, dan penyampaian oplah 50.000 eks itu boleh di katakan sebagai prestasi langkah.

Untuk memasuki pasar Batam dan Tanjung Pinang Koran Riau Pos di kirim dari pekanbaru, kadang -kadang koran pukul 10.00 wib. Dan baru beredar di Batam pukul 16.00 wib. Terkadang koran tidak terangkut, karena pesawat Pekanbaru_Batam penuh sementara pesawat di dua daerah itu begitu besar, apalagi kedua kawasan tersebut di nyatakan sebagai salah satu pusat pertumbuhan dan kerja sama ekonomi yang di sebut SIJORI (Singapura, Johor, Riau). Diprediksi penduduk di kawasan itu akan mencapai dua juta jiwa. sedangkan peran ekonominya demikian besar dan sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan

ekonomi di Indonesia ini merupakan pasar besar bagi Riau Pos yang sangat berarti jika Riau Pos menampilkan berbagai berita yang berdasarkan fakta dan data yang benar dari peristiwa yang aktual serta diolah semenarik mungkin oleh wartawan sehingga khalayak tertarik untuk membacanya.

Untuk bersaing dengan media lain yang ada di Singapura dan Tanjung Pinang yang lebih cepat di bandingkan laporan Riau Pos, maka Rida K. Liamsi mengusulkan kepada Dahlan Iskan untuk mendirikan sebuah percetakan di salah satu kota tersebut dengan sistim cetak jarak jauh (SCJJ). demikian Koran Riau Pos bias diedarkan lebih cepat dari koran lainnya yang ada di kota tersebut.

Koran Riau Pos diedarkan pada pukul 05.00 pagi di tanjung pinang dan di kota Batam pada pukul 07.00 pagi. Berkat kerjasama Jawa Pos News Network (JPNN) dengan Riau Pos, maka Riau Pos berhasil mewujudkan impiannya untuk menjadi surat kabar pertama di Riau yang melakukan SCJJ.

Dampak SCJJ bagi usaha Riau Pos terasa.sebelumnya SCJJ oplah Riau pos yang beredar di Batam dan Bintan hanya sekitar 3.000 eks perhari, maka pada waktu satu tahun, ternyata Tanjung Pinang tidak pas untuk SCJJ, karena kota ini bukan kota yang terlalu deras perkembangan ekonominya, pada tahun 1997 mesin cetak SCJJ di pandahkan ke kota Batam.

Karena di batam Riau Pos telah berkembang, maka Rida K. Liamsi mengusulkan untuk menerbitkan koran sendiri Di Batam dengan visi, misi dan isi yang hampir sama dengan Riau Pos. Maka 10 Agustus 1998 lahirlah SIJORI untuk Riau Pos Kepulaun. Dampaknya sangat menguntungkan dengan oplah yang tinggi dalam beberapa bulan mencapai 20-25 ribu perhari.

Selain mencapai oplah yang lebih baik, juga meraih preasetasi lain, terutama dalam mengelola manajemen dan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM). Di jajaran grup Jawa Pos, Riau Pos merupakan salah satu anak perusahaan yang meraih prestasi yang paling tinggi. Setelah sekian tahun Riau Pos berdiri, pada 5 maret 1997 Riau Pos di resmikan oleh gubernur Riau Soeripto dan Dahlan Iskan. Dengan demikian surat kabar Riau Pos bisa di kelola lebih baik supaya maju dan berkembang lebih maju.

Pada tahun 1998 Riau Pos mengembangkan Percetakan menjadi tiga buah surat kabar harian yang semuanya terbit di Riau Yaitu Riau Pos untuk pasar daratan. Sijori Pos untuk Batam dan sekitar nya dan utusan (Pekanbaru Pos sekarang) untuk pasar perkotaan, hukum dan kriminal. Disamping itu Riau Pos Grup juga menerbitkan sebuah majalah yang di beri nama Sagang Riau Pos Group.

(Rida K. Liamsi,2007).

A. Kelompok Media

a. Media Cetak

1. Riau Pos (pekanbaru)
2. Pekanbaru Pos (pekanbaru)
3. Pekanbaru Mx (pekanbaru)

4. Dumai Pos (Dumai)
5. Sagang /majalah budaya (pekanbaru)
6. Rakyat Sumbar Utara (Padang)
7. Pos Metro Medan (Medan)
8. Pos Metro Siantar (Medan)
9. Pos Metro Tapanuli (Medan)
10. Pos metro padang (padang)
11. Sumut pos (medan)
12. Pos metro padang (padang)
13. Batam Pos (Batam)
14. Batam News (Batam)
15. Rakyat Aceh (Aceh)
16. Pos metro batam (Batam)
17. Pos metro bintang (Tj. pinang)
18. Pos metro karimun (Tj. Pinang)
19. Batam Ekspres (Batam)
20. Sempadan/Tabloid (Tj. Pinang)

b. Media Elektronik

1. Riau TV
2. Batam TV
3. Medan TV
4. Padang TV
5. Triarga TV

B. Kelompok Non Media

1. PT. Riau Graido (Percetakan Pekanbaru).
2. PT. Riau Pos Bintang Pres (percetakan Bintang).
3. PT. Padang Grido Mediatama (Percetakan Padang).
4. PT. Medan Graido Percetakan Medan).
5. PT. Patria Media Prodis (Promosi Dan Distribusi Pekanbaru).
6. PT. Mega Karsa Buanaloka (Internet Pekanbaru).
7. Toko Buku 171

(Rida K. Liamsi,2007)

C. Manajemen

Manajemen perusahaan penerbitan Surat Kabar Riau Pos memiliki struktur manajemen dan struktur redaksi di dalam mendukung lancarnya pengolahan perusahaan surat kabar.

A. Bagian manajemen meliputi dua bagian Yaitu:

1. Pimpinan Umum

Pimpinan Umum adalah orang yang pertama dala suatu perusahaan penerbitan. Ia mengendalikan perusahaan nya baik di bidang redaksional maupun bidang usaha, baik kedalam maupun keluar. Ia juga dapat melimpahkan pertanggung jawabannya terhadap hukum kepada pemimpin redaksi sepanjang menyangkut perusahaan penerbitan.

2. Pimpinan Perusahaan

Pimpinan perusahaan adalah orang yang mendapat kepercayaan dari pimpinan umum untuk membantu dalam pengolahan bidang usaha. Ia bertugas menyelenggarakan fasilitas yang di perlukan oleh organisasi pengurus, langkah – langkah pengembangan perusahaan secara berkala, bertanggung jawab terhadap pengadaan iklan, pemasaran oran dan menjalin hubungan kerja bisnis dengan relasi maupun piak lain. posisinya sejajar dengan pemimpin redaksi yang khusus mengerjakan berbagai keperluan perusahaan penerbitan, jajaran perusahaan mempunyai manager yang terdiri dari:

a. Manajemen Umum

Manager umum tugas nya mengurus dan menyediakan kebutuhan bagi perusahaan, baik kebutuhan hardware misalnya peralatan kantor seperti gedung perkantoran, alat angkut, mesin cetak dan sebagai nya, dan kebutuhan software seperti kebutuhan jumlah karyawan, peningkatan karyawan dan lain-lain.

Manager umum bertanggung jawab kepada pemimpin perusahaan, tetapi dalam memenuhi kebutuhan hardware dan software di pegang oleh aneger umum seperti pembersihan kantor, perawatan kendaraan, komputer dan lain-lain.

b. Manager Keuangan

Tugas dari maneger keungan ini adalah mengendalikan keungan perusahaan meliputi menghitung pemasukan dan pengeluaran yang memungut dan membayar pajak. Membayar kebutuhan operasional perusahaan, serta mengumpulkan kekayaan perusahaan, maneger keungan bertanggung jawab kepada pemimpin perusahaan,

c. Manager Sirkulasi

Istilah sirkulasi dalam perusahaan penerbitan pers berarti peredaran bagian ini merupakan komponen penjualan yang khusus dalam menjual produknya seperti menjual produknya seperti menjual produk penerbitannya (surat kabar), penjual iklan dan layanan pelanggan, manejer sirkulasi mengurus perjalanan produk penerbit nya.

Manejer sirkulasi bertanggung jawab kepada pemimpin, laku atau tidaknya produk penerbitan itu di pasaran. Jadi orang yang duduk di bagian sirkulas ini harus paham terhadap pangsa pasaran penjualan, karena lakunya suatu surat kabar pasarnya yang menentukan.

d. Manager Iklan

Bagian iklan bertugas menjual kolom-kolom yang ada pada surat kabar dalam bentuk advertaising. Manejer iklan harus mampu membedakan nama informasi yang diperuntukkan untuk penerbitan. Bagian ini harus bekerja sama dengan redaktur pelaksana, supaya bisa membagi tugas antara berita dan iklan.

e. Bagian redaksional, terdiri atas

1. Pimpinan Redaksi

Pimpinan redaksi adalah orang pertama yang bertanggungjawab terhadap semua isi penerbitan surat kabar, dan bertanggung jawab kepada pemimpin umum atas terlaksananya segala kegiatan pemberitaan dan memimpin beberapa bawahan dalam menjalankan tugas redaksional. Bagian redaksional tugasnya meliputi dan menyusun, menulis atau menyajikan berupa berita, opini atau pitur, redaksi merupakan alat ideal sebuah media penerbitan pers yang menjalankan visi, misi atau idealisme media.

Pemimpin redaksi bertanggungjawab terhadap mekanisme dan aktivitas kerja redaksi sehari-hari. Ia harus mengawasi isi seluruh rubrik surat kabar yang di pimpinnya, Kewenangan itu di miliki karena ia harus bertanggung jawab, jika pemberitaan media di gugat pihak lain.

2. Sekretaris Redaksi

Sekretaris redaksi bertugas untuk mencatat segala hasil yang berkaitan dengan perancangan berita dan bertanggungjawab kepada pemimpin redaksi, bertanggung jawab terhadap persoalan administrasi mengenai surat organisasi, serta menjadwalkan rapat atau pertemuan baik yang bersipat internal maupun eksternal.

3. Redaktur Pelaksana

Redaktur pelaksana di bawah pimpinan redaksi ada redaktur pelaksana, yang tugasnya, melaksanakan tugas - tugas operasional sesuai dengan kebijakan pemimpin redaksi, serta pemimpin langsung aktifitas peliputan dan pembuatan berita oleh para reporter atau wartawan dan editor.

4. Reporter atau Wartawan

Yang meliputi bagian terpenting dari redaksi yang mengumpulkan dan mencari berita, di tangan merekalah struktur redaksional bisa bekerja dalam memenuhi kebutuhan pemberitaan.

5. Bagian Iklan

Bagian iklan ini bertugas untuk mengusulkan atau mencari iklan dengan bekerja sama dengan pemimpin perusahaan.

D. Data Teknis Perusahaan

1. Nama Perusahaan : Riau Pos.
2. Alamat Perusahaan : JL.HR.Soebrantas Km. 10.5 panam.
3. Jenis Media : Surat Kabar.
4. Bahasa : Indonesia.
5. Edisi : Harian pagi.
6. Terbit : 7 hari (seminggu).
7. Oplah/sirkulasi : \pm 56.000 eks.
8. Harga eceran : Rp 3.250
9. harga langganan : Rp 86.000/bulan.
10. Slogan : “Bangun Negeri Bijakkan Bangsa”.

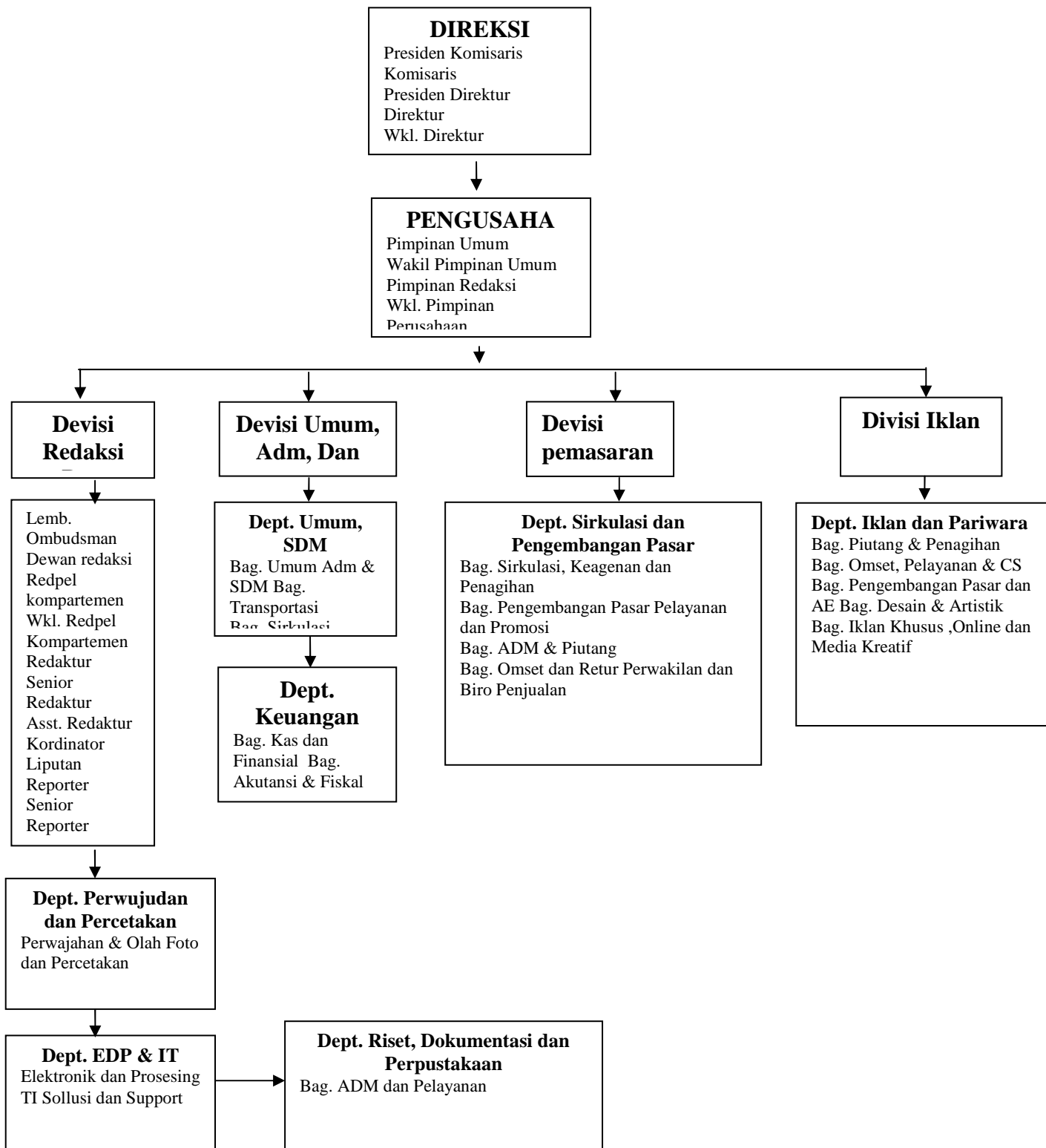
E. Visi dan Misi Riau Pos

Adapun visi dan misi Riau Pos adalah menjadi surat kabar yang benar - benar bisa di andalkan, Riau Pos koran Nasional dari Riau artinya Riau pos ingin menjadi koran yang standing dan sama maju nya dengan koran-koran nasional lain di tanah air baik dalam kualitas isi dan produnya maupun dalam tampilan dan

gebrakannya tidak lagi ingin di sebut sebagai koran daerah tapi ingin sejajar dengan koran yang terbit di Jakarta. Riau Pos tidak hanya ingin tampil sebagai sebuah media tetapi lebih dari itu juga ingin muncul sebagai sebuah kekuatan, sebuah lokomotif, sebuah institusi bisnis pers. Riau pos ingin menjadi kekuatan lain dan dapat tumbuh dan berkembang serta membangun suatu jaringan kehidupan pers yang lebih sehat, dinamis dan persepektif

(Buku Sewindu Riau Pos,2000)

F. Struktur Organisasi Perusahaan Riau Pos



BAB III

PENYAJIAN DATA

Dalam penelitian ini, usaha dalam penjangkaran data yang dimaksud menggunakan teknik pengumpulan data dokumentasi dan wawancara. Wawancara yang dilakukan guna mendapatkan data untuk mengetahui bagaimana strategi surat kabar harian Riau Pos dalam meningkatkan kualitas isi berita. Sedangkan dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data tentang gambaran objektif kajian yaitu surat kabar harian Riau Pos. dan untuk mengetahui bagaimana strategi surat kabar harian Riau Pos dalam meningkatkan kualitas isi berita dapat dilihat sebagai berikut:

A. Strategi surat kabar harian Riau Pos dalam meningkatkan kualitas isi berita (Wawancara, 16 juni 2010)

1. Sumber Daya Manusia (SDM)

Bagaimana cara surat harian Riau Pos dalam merekrut kariyawan?

Cara Riau Pos dalam merekrut karyawan biasanya dilakukan dengan cara formal, yaitu dengan tes tertulis ataupun lisan, selain dengan cara rekrutmen tenaga kerja secara formal biasanya juga Riau Pos selalu mencari anggota- anggota baru melalui media – media kampus yang ada, gagasan, bahana dan sebagainya, selain itu Riau Pos juga menyaring tenaga kerja melaui rekrutmen melalui mahasiswa yang magang kuliah.

Sejauh ini apakah surat kabar harian Riau Pos pernah melakukan jalur pendidikan formal, pelatihan, seminar dan workshop terhadap wartawan – wartawan yang ada?

Riau Pos selalu memberikan pelatihan – pelatihan terhadap wartawan, hal itu biasanya dilakukan 3 bulan sekali. Dengan harapan, bisa menjadikan wartawan – wartawan yang professional, tidak hanya di ukur dari tingkat pendidikan saja, akan tetapi dari segi pengalaman – pengalaman juga menjadi tolak ukur dalam kinerja wartawan.

Pelatihan semacam apa yang diberikan kepada wartawan surat kabar harian Riau Pos dalam peningkatan mutu kinerja wartawan?

Pelatihan – pelatihan yang diberikan surat kabar harian Riau Pos ini biasanya berupa seminar, pelatihan – pelatihan, dan workshop – workshop mengenai perkembangan dunia jurnalis, dan biasanya Riau Pos selalu mentransfer wartawan wartawan ke pulau jawa (Jawa Pos) agar dapat melaksanakan pelatihan bertaraf nasional.

Bagaimana cara surat kabar harian Riau Pos dalam mengukur kinerja wartawan dan penghargaan apa yang diberikan kepada wartawan atas prestasinya?

Secara fungsional, kinerja dan produktivitas masing – masing tenaga kerja (*Indeks efektifitas kariyawan*), dimulai dari tingkat kedisiplinan, akurasi kerja, ketepatan waktu kerja, kesanggupan dalam menyelesaikan tugas yang diberikan, kreativitas, inovasi,

dan sebagainya. Karyawan yang memperoleh nilai gread terbaik (Nilai A) di promosikan naik jabatan, sedangkan yang nilai dibawah C akan mendapat pembinaan, teguran melaui surat peringatan, dan terakhir pemberhentian.

2. Sumber Daya Manusia (SDM) layouter

Apakah surat kabar harian Riau Pos selalu merubah tampilan dan kolom surat kabar?

Surat kabar harian Riau Pos selalu merubah tampilan dan kolom pada surat kabar, karena ini bersifat sangat penting. Kalau Riau Pos tidak melakukan perubahan pada tampilan, khalayak pembaca akan merasa bosan dan jenuh. Dalam hal ini Riau Pos melihat dari seberapa banyak iklan yang masuk, karena harus di sesuaikan dan ki dekemas sedemikian rupa, agar akhirnya tampilan yang tambilan yang disejikan bisa menarik pembaca.

Pemilihan gambar seperti apa yang layak untuk untuk diterbitkan pada surat kabar harian Riau Pos?

Pemilihan gambar pada surat kabar harian Riau Pos biasanya di sesuaikan dengan nilai – nilai foto jurnalistik yang ada, atau dengan cara melihat fenomena apa yang lagi berkembang di masyarakat.

Dilihat dari waktu layouter, Apa saja yang dibekali oleh surat kabar harian Riau Pos terhadap kinerja layouter?

Surat kabar harian Riau Pos senantiasa memberikan yang terbaik terhadap karyawan dan wartawan- wartawanya. Tenaga kerja layouter adalah salah satu tenaga kerja yang aktif pada malam hari, dalam hal ini surat kabar harian Riau Pos memberikan kepada mereka berupa tunjangan – tunjangan khusus berupa materi dan fasilitas - fasilitas, berupa alat kantor, dan pangan.

3. Sarana dan Prasarana

a. Peningkatan Infrastruktur

Peralatan dan fasilitas apa yang diberikan kepada wartawan atau karyawan saat melaksanakan tugas di lapangan dan di kantor?

Riau Pos akan selalu memperhatikan fasilitas- fasilitas kerja karyawan, baik itu di kantor, ataupun di lapangan. Kalau untuk fasilitas di kantor, Riau Pos memberikan 1 buah komputer untuk untuk satu orang karyawan yang bekerja di kantor Riau Pos, setiap komputer di lengkapi dengan jaringan internet, agar lebih mempermudah berkomunikasi dan membuat berita dan mencari berita yang *up to date* (terkini), sedangkan di lapangan, biasanya Riau Pos selalu melengkapi wartawan dengan c

kamera dan tape recorder, dan Riau Pos juga memberikan dispensasi kepada wartawan yang tidak memiliki kamera, dan mereka bisa membeli kamera dengan menggunakan biaya

dari kantor terlebih dahulu, dengan sistem pemotongan honor dari wartawan tersebut.

b. Peningkatan Pendapatan

Sejauh ini, Apakah surat kabar harian Riau Pos selalu memberikan tunjangan – tunjangan terhadap wartawan baik berupa materi, jabatan, dan fasilitas yang menunjang kinerja wartawan atau karyawan.

Ya, karena tunjangan- tunjangan yang diberikan sangatlah berperan penting dalam kinerja wartawan, hal itu bisa menjadi suatu semangat yang besar bagi wartawan. Mereka akan terus berusaha mencari yang terbaik, agar mereka juga bisa menjadi yang terbaik di antara yang terbaik. Selain itu apabila ada tulisan yang berupa Feature yang menarik kita juga akan memberikan anugrah Rida award, dan sagang award kepada wartawan yang tulisan menarik dan mendalam, bagi wartawan yang meraihnya akan di berikan uang tunai jutaan Rupiah.

Riau Pos memberikan gaji pokok, yang diberikan Riau Pos adalah sebesarRp750.000 untuk karyawan pemula (magang) dan sebesar Rp.1.250.000,- untuk karyawan yang telah melalui tahap magang. Sementara Riau Pos akan memberikan bonus dan tunjangan jabatan sebanyak Rp.125.000, tahap

pertama dan akan kembali mengalami kenaikan apabila telah mempunyai istri dan momongan sebesar Rp.250.000,-. Dan Riau Pos juga akan meninggikan jabatan karyawan, bagi karyawan yang sudah lama dan mempunyai prestasi yang baik. Sementara itu Riau Pos juga memberikan tunjangan fasilitas kepada karyawan senior. Selain itu Riau Pos juga membuka dan memberikan hadiah untuk mengikuti kompetisi tulisan wartawan yang berprestasi dalam lomba tulisan yang dilaksanakan Riau Pos seperti Rida Award, Dahlan Iskan Award dan lain sebagainya, sementara itu Riau Pos juga memberikan tunjangan berupa bonus dan THR bagi setiap karyawan untuk setiap tahunnya dengan tunjangan sebesar sebulan gaji.

c. Peningkatan Penampilan

Untuk mengetahui peningkatan penampilan Riau Pos penulis melakukan wawancara bersama Wakil Pimpinan Redaksi bagian Lay out M. Furqon, adapun menurut Furqon peningkatan yang dilakukan dalam perbaikan penampilan surat kabar Riau Pos adalah

Bagaimana peningkatan penampilan Surat kabar Riau Pos?

Untuk peningkatan penampilan gambar yang akan kita tampilkan kita selalu menyeleksi dan memilih foto atau gambar yang akan kita terbitkan diantaranya adalah foto –

foto yang terbaru atau foto – foto yang memiliki nilai berita, atau foto – foto yang nilai seni fotografer yang menarik dan mengandung nilai seni, selain itu kita juga mengatur tata letak berita, dimana berita yang menarik dibaca dan berita yang mempunyai nilai baca tinggi akan kita letakan sebagai Headland atau paling atas dari kolom dan kita juga melayoutnya sebaik mungkin, selain itu kita juga akan menambah kolom terkait adanya moment – moment tertentu yang menarik contohnya kita menambah kolom Piala Dunia saat musim Bola, dan menambah halaman Ramadan saat Bulan Suci Ramadan.

4. Meeting

Apakah ada evaluasi berkala yang dilakukan secara harian, bulanan ataupun tahunan, dan bagaimana proses perjalanannya evaluasi tersebut?

Surat Kabar Harian Riau Pos selalu melakukan evaluasi berkala, yang tentunya akan menjadi tolak ukur sebelum merencanakan kedepannya. Evaluasi ini biasanya dilakukan setiap hari yang dipimpin oleh Koordinator liputan (KL), Rapat mingguan yang dilaksanakan setiap hari Jumat, dan ada juga yang dilakukan secara Tri wulan, dan kalau untuk akhir tahun, biasanya dilakukan setiap akhir tahun bersama seluruh wartawan Daerah.

Dalam Rapat mingguan dan Triwulan tersebut kita terus melakukan evaluasi terhadap kinerja wartawan di lapangan, selain itu di dalam rapat tersebut kita juga membahas tentang topic – topic berita yang akan diliput, di dalam rapat tersebut kita juga akan mendengar segala persoalan dan kendala yang dihadapi wartawan selama liputan.

B. Faktor yang mempengaruhi surat kabar harian Riau Pos dalam meningkatkan kualitas isi berita (Wawancara, 28 Juli 2010)

Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kualitas berita suatu surat kabar dapat terlihat dari oplah penjualan atau jumlah pemasang iklan yang memasang iklan di media surat kabar tersebut, berdasarkan wawancara penulis dengan Kepala departemen Sirkulasi Riau Pos Muhamad Fahri menyebutkan:

1. Oplah

Berapakah Jumlah oplah eksemplar koran yang diterbitkan oleh Riau Pos setiap harinya dan berapa jumlah langganan baik dari instansi pemerintahan maupun swasta?

Setiap harinya saat ini Riau Pos mencetak sebanyak 65000 eksemplar koran.

a. Langganan

Menurut data dari bagian pemasaran hingga tahun 2010 ini tercatat sebanyak 45.000 orang pelanggan.

b. Instansi Pemerintah

Untuk instansi pemerintahan baik kantor maupun pribadi tercatat sebanyak 20000 orang yang berlangganan.

c. Umum

Sementara untuk pihak umum berdasarkan dari data yang di total oleh bagian pemasaran hingga saat ini tercatat sebanyak 25.000 pelanggan yang tergabung dari warung – warung, ruko – ruko dan para pengusaha kecil maupun menengah.

d. Jual Bebas

Sementara untuk Koran di jual bebas di pasaran oleh para distributor saat tercatat sebanyak sekitar 20.000 eksemplar setiap harinya.

2. Pemasang Iklan

Berapakah jumlah total resmi pelanggan iklan Riau Pos baik dari yang berlangganan dan yang tidak berlangganan?

a. Langganan

Seiring dengan terus naiknya omset penjualan kami, Untuk langganan iklan dari tahun ketahun semakin mengalami peningkatan, berdasarkan data yang saya minta dari bagian periklanan, hingga saat ini tercatat sebanyak 17000 pelanggan iklan baik dari pelanggan perorangan maupun perusahaan dan instansi pemerintahan.

1) Lembaga Pemerintahan dan Swasta

Tercatat sebanyak 5000 instansi dinas dan swasta berlangganan memasang iklan dengan Riau Pos baik untuk jangka langgan harian hingga mingguan atau setiap bulanya.

2) Perorangan

Sementara sebanyak 7000 orang tercatat terus berlangganan iklan tetap dengan Riau Pos.

b. Tidak berlangganan.

Sementara untuk yang tidak berlanggan hingga saat ini jumlah pemasang iklan yang tidak berlanggan mencapai 5000 pengiklan tidak tetap.

BAB III

PENYAJIAN DATA

Dalam bab ini penulis akan menganalisa lebih lanjut dari data yang telah di sajikan pada bab III untuk mengetahui strategi surat kabar harian Riau Pos dan usaha apa saja yang dapat meningkatkan kualitas isi berita pada surat kabar harian Riau Pos. Dalam analisa ini penulis menggunakan metode deskriptip kualitatif yaitu menggambarkan data yang ada kemudian di analisa sesuai dengan data diapangan.

A. Strategi surat kabar harian Riau Pos dalam meningkatkan kualitas isi berita

Secara teori strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (planning) dan menejemen (Management) mencapai suatu tujuan, Namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukan arah saja, tetapi harus menunjukan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 1992), Adapun strategi yang dimaksud disini adalah kemampuan yang dilakukan surat kabar Riau Pos dalam meningkatkan kualitas isi berita di tengah perkembangan dan persaingan media, serta mampu memenuhi atau mengakomodir berbagai kepentingan, sumber daya manusia yang kuat dan siap memenuhi kebutuhan media dan masyarakat.

1. Strategi surat kabar harian Riau Pos dalam meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM)

Strategi memegang peranan penting dalam organisasi apapun, karena strategi berhubungan erat dengan hasil produk, ada lembaga pengawas mutu (quality control) yang bertugas menjaga produk. Untuk itu Riau Pos juga membentuk lembaga yang mengawasi kinerja wartawan dan manajemen, yaitu lembaga ombudsman.

Secara structural di Riau Pos di ukur dari standar pendidikan yakni sarjana – sarjana dengan latar pendidikan beragam dengan nilai IPK minimal 3,00 untuk semua bidang, mulai dari redaksi sesuai dengan bidangnya. Secara fungsional, kinerja dan produktivitas masing – masing tenaga kerja (*indeks efektivitas kariyawan*), mulai dari tingkat kedisiplinan, akurasi kerja, ketepatan waktu kerja, kesanggupan dalam menyelesaikan tugas yang diberikan, kreativitas, inovasi dan sebagainya. Pada dasarnya untuk sebuah media dituntut memiliki sumber daya manusia yang propesional dan berkualitas sehingga media cetak tersebut akan terjaga eksistensinya dan melahirkan inovasi – inovasi baru dalam pengembangan informasi pada saat ini. Charles Darwin (Mutia,1998) melihat bahwa untuk bertahan di era teknologi dengan perubahan yang gencar dan dahsyat itu, dibutuhkan kemampuan penyesuaian diri. Pada hakikatnya, bukan yang kuat yang bertahan hidup (survive), melainkan yang menyesuaikan diri.

Mungkin pandangan diatas bisa dijadikan sebagai rujukan bagi Riau Pos dalam mempertahankan strategi –strateginya.

2. Strategi surat kabar harian Riau Pos dalam meningkatkan sarana dan prasarana terhadap wartawan

Secara luas komunikasi penunjang pembangunan dapat didefinisikan sebagai suatu penggunaan yang berencana sumber-sumber daya informasi dan komunikasi oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuannya. Sumber daya komunikasi tersebut mencakup tenaga, biaya, fasilitas dan peralatan, bahan-bahan dan media komunikasi. Suatu kemampuan komunikasi penunjang pembangunan di lingkungan suatu badan akan meningkatkan kreativitas programnya dengan membantu mengubah pengetahuan, sikap dan penyediaan fasilitas untuk mengarahkan kepada yang lebih baik. (Otto Soemarwoto, 1989: I).

Riau Pos sebagai sebuah media yang terdepan di Riau Pos juga menyediakan peralatan berupa fasilitas yang lengkap dan memadai untuk para karyawannya penyediaan fasilitas tersebut berupa computer, jaringan internet berkapasitas tinggi, ruangan kantor yang nyaman, dan peralatan untuk bekerja yang lengkap untuk karyawannya.

Menurut Wakil Pimpinan Redaksi M Nazir Fahmi hal ini bertujuan untuk memudahkan karyawan untuk bekerja, selain itu dilengkapinya

fasilitas tersebut bertujuan untuk kenyamanan karyawan untuk bekerja.

Dengan strategi kelengkapan yang diberikan oleh Riau Pos tersebut karyawan dapat bekerja dengan baik sehingga kualitas beritanya bagus, selain itu dengan telah dilengkapinya dengan segala fasilitas karyawan juga menjadi semakin betah dan bersemangat dalam bekerja.

Apa yang dilakukan Riau Pos dalam peningkatan fasilitas kepada para karyawannya ini sesuai dengan salah satu tipe strategi yang disebutkan Kotter yaitu Resource Support Strategy (strategi pendukung sumberdaya) strategi sumber daya ini memusatkan perhatian pada memaksimalkan pemanfaatan sumber – sumber daya esensial yang tersedia guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi, Sumber daya ini dapat berupa tenaga, keuangan, teknologi dan sebagainya.

Berdasarkan wawancara dengan Wakil Pimpinan Redaksi di atas Riau Pos juga memberikan gaji pokok, tunjangan baik berupa jabatan maupun tunjangan fasilitas dan THR, strategi ini selain sebagai pemenuhan kebutuhan karyawan hal ini juga dilakukan untuk memberikan kemudahan dan menumbuhkan semangat wartawan dalam bekerja, dengan telah terpenuhinya segala fasilitas dan pemberian gaji dan tunjangan kualitas berita dan isi berita dapat ditingkatkan.

3. Strategi surat kabar harian Riau Pos dalam meningkatkan penampilan surat kabar

Berdasarkan wawancara yang dengan wakil pimpinan redaksi bagian Layout Riau Pos M Furqan strategi yang diterapkannya dalam peningkatan penampilan surat kabar harian Riau Pos adalah dengan menyeleksi dan memilih foto atau gambar yang akan di terbitkan diantaranya adalah foto – foto yang terbaru atau foto – foto yang memiliki nilai berita, atau foto – foto yang nilai seni fotografer yang menarik dan mengandung nilai seni, selain itu kita juga mengatur tata letak berita, dimana berita yang menarik dibaca dan berita yang mempunyai nilai baca tinggi akan letakan sebagai Headland atau paling atas dari kolom dan kita juga melay outnya dengan sebaik mungkin.

Strategi tersebut dilakukan Riau Pos bertujuan agar para pembaca mejadi semakin bersemangat dalam membeli Koran Riau Pos, dengan pilihan gambar terbaik dan terbaru para pembaca semakin lebih bergairah untuk membaca isi berita yang sajikan Riau Pos dengan terus di perbaharuinya foto dan gambar yang diterbitkan Riau Pos para konsumen akan semakin tertarik untuk membaca dan membeli atau berlanggan dengan Riau Pos.

Pembaharuan penampilan sangatlah diperlukan oleh surat kabar agar dapat bersaing dengan kompetisi media massa saat ini, apalagi dengan terus maraknya tayangan dan gambar – gambar eksklusif yang

ditayangkan oleh televisi akhir – akhir ini, untuk itu agar tidak kalah saing dengan media – media tersebut Riau Pos mempunyai strategi untuk menampilkan gambar – gambar terbaru untuk ditampilkan dihalamannya.

Untuk semakin penampikan wajah halamannya dan agar dapat menyesuaikan dengan kondisi yang terkini Riau Pos juga menambah halaman – halaman yang sesuai dengan moment – moment yang lagi sedang berlangsung atau momen yang sedang lagi populer di bicarakan oleh masyarakat.

Selain memilih gambar bagian lay out surat kabar harian Riau Pos juga mengatur tata letak atau lay out, berdasarkan wawancara di atas pengaturan tata letak lay out yang dilakukan Riau Pos yang dilakukan baik dari tata letak penempatan berita dari berita yang dijadikan berita utama (Headline) juga mengatur tata letak tentang warna sebagai background sebuah tampilan halaman, yang disesuaikan dengan disigne warna yang terbaru dan membuat orang tertarik melihat warna tersebut.

Strategi tersebut diperlukan agar eksistensi media masa yang bersifat media cetak untuk tidak kalah saing untuk mengupas dan untuk menarik minat orang untuk membaca, apabila strategi pemilihan gambar dan foto terbaik dan terbaru itu diterapkan maka akan muncul kemungkinan eksistensi media cetak dalam menyajikan berita akan kalah saing dengan media masa yang dalam hal ini media elektronik

yang bersifat televisi dan media online yang perkembangan saat ini sangat pesat.

4. Meeting

Melihat hasil wawancara penulis dengan pimpinan redaksi diatas dapat di analisa bahwa Riau Pos juga setiap minggunya terus melakukan evaluasi berkala kepada wartawan, evaluasi ini dilakukan bersipat meeting (rapat) Riau Pos pada hari Jumaat, setiap Tri wulan dan rapat gabungan pertahunnya bersama seluruh wartawan daerah.

Menurut M Nazir Fahmi Wakil Pimpinan redaksi Riau Pos merupakan suatu strategi yang paling ampuh dan efektif untuk memberikan masukan tentang peliputan mencek setiap penugasan peliputan yang, selain itu dengan dilakukanya evaluasi, selain itu evaluasi yang dilakukan juga dapat digunakan untuk melihat apa – apa saja yang menjadi kendala dan hambatan para wartawan dalam liputan.

Dengan dilaksanakanya meeting semua kendala dan hambatan para wartawan dalam bekerja dapat dibicarakan dan dicarikan sehingga solusi masalah tersebut dapat segera dicarikan jalan keluarnya.

Rapat bukan hanya sebagai sebagai tempat untuk mengevaluasi tetapi juga dapat menjadi tempat sharing berbagai kendala ataupun persoalan yang dihadapi wartawan yang dihadapi dilapangan.

Dengan adanya strategi evaluasi tersebut Riau Pos juga dapat menentukan topic berita yang akan menjadi fokus berita yang akan

diliput wartawan. Selain itu dalam Rapat tersebut juga akan diberikan penugasan – penugasan khusus kepada setiap wartawan sesuai dengan Posting beritanya.

Dengan diterapkan strategi meeting hal ini terbukti dapat meningkatkan kualitas berita yang diliput wartawan, selain itu dengan adanya meeting tersebut segala persoalan dan hambatan yang ditemui wartawan dalam liputan tidak lagi ditemukan.

B. Faktor yang mempengaruhi surat kabar harian Riau Pos dalam meningkatkan kualitas isi berita

1. Oplah

Kualitas Isi berita Riau Pos dapat dilihat dari oplah cetak Riau Pos, selain itu kualitas isi berita Riau Pos juga dapat dilihat dari jumlah pengiklan yang memasang iklan di Riau Pos, Berdasarkan wawancara Riau Pos

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dengan wakil Kepala Departemen Sirkulasi surat Kabar Harian menyebutkan bahwa oplah surat kabar harian Riau Pos terus mengalami peningkatan dari tahun ketahunya.

Menurut M.Fahri hingga tahun 2010 Riau Pos setiap harinya mencetak sebanyak 65.000 eksemplar Koran setiap harinya. Dengan demikian dapat disimpulkan dengan semakin bagusnya kualitas berita Riau Pos yang hadir lengkap dengan seluruh fakta, opini, kejadian di

seluruh masyarakat Riau, permintaan akan masyarakat untuk membaca Koran terus meningkat sehingga perusahaanpun berinisiatif untuk meningkatkan oplah Koran yang dicetaknya.

Sebagai Koran terbesar di provinsi Riau, Riau Pos memiliki rating teratas Sebagai oplah cetak dibandingkan beberapa Koran lainnya. Berdasarkan survey yang dilakukan Serikat Surat Kabar Indonesia tahun 2009, Riau Pos masih Koran yang menguasai pangsa pasar oplah terbanyak di provinsi Riau.

Dari data wawancara yang penulis lakukan bersama Kepala Departemen Sirkulasi Riau Pos, Riau Pos mempunyai 20000 instansi pemerintahan baik kantor pemerintah dan kantor swasta yang berlangganan.

Sementara untuk pihak umum berdasarkan dari data yang di total oleh bagian pemasaran hingga saat ini tercatat sebanyak 25.000 pelanggan yang tergabung dari warung – warung, ruko – ruko dan para pengusaha kecil maupun menengah dan perusahaan besar, Sementara untuk Koran di jual bebas di pasaran oleh para distributor saat tercatat sebanyak sekitar 20.000 eksemplar setiap harinya.

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa Riau Pos mempunyai oplah yang cukup banyak, selain itu hampir kebanyakan instansi baik negeri maupun swasta banyak yang berlangganan dengan Riau Pos. dengan demikian strategi yang dilakukan Riau Pos boleh dikatakan berhasil.

2. Iklan

Menurut M Fahmi hidup mati sebuah media adalah tergantung kepada pemasang iklan, semangkin banyak pemasang iklan maka semangkin maju lah sebuah media. Keuntungan yang diperoleh dari media kebanyakan berasal dari pengiklan.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis dengan Kepala Departemen Sirkulasi Riau Pos saat ini tercatat dari bagian periklanan, hingga saat ini tercatat sebanyak 17000 pelanggan iklan baik dari pelanggan perorangan maupun perusahaan dan instansi pemerintahan.

Instansi dinas dan swasta tercatat sebanyak 5000 dari instansi baik pemerintah maupun swasta berlangganan memasang iklan dengan Riau Pos baik untuk jangka langgan harian hingga mingguan atau setiap bulanya.

Sementara sebanyak 7000 orang tercatat terus berlangganan iklan tetap dengan Riau Pos. sedangkan untuk yang tidak berlanggan hingga saat ini tercatat jumlah pemasang iklan yang tidak berlanggan mencapai 5000 pengiklan tidak tetap.

Berasal dari pengiklan tersebutlah Riau Pos dapat membayar semua gaji seluruh pegawainya, dan membayar seluruh biaya operasional yang lainnya. Menurut M. Fahri Tercatat beberapa perusahaan besar yang terus aktif berlanggan dengan Riau Pos dan yang merupakan selalu menjadi seponsor Riau Pos diantara perusahaan tersebut adalah Hypermart, Bank Riau, Telkomsel, Unilever, dan Intasi

pemerintahan seperti Pemprov dan 12 Kabupaten kota yang ada di Provinsi Riau.

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa dengan strategi meningkatkan kualitas isi berita yang dilakukan Riau Pos, perusahaan tersebut berhasil membuat para pembaca semakin tertarik untuk terus berlanggan dengan Riau Pos, selain itu dengan terus di tingkatanya isi berita tersebut pengiklanpun semakin tertarik untuk berlanggan untuk beriklan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, setelah di analisis data disimpulkan bahwa Strategi – strategi yang dilakukan oleh Riau Pos ternyata “ mampu” meningkatkan kualitas isi berita Riau Pos. Hal ini dapat diketahui dari frekuensi jumlah hasil wawancara yang kemudian di analisa dengan jumlah oplah Riau Pos yang dari tahun – tahun semangin terus meningkat, dan jumlah pelanggan baik untuk membeli Koran maupun memasang iklan terus meningkat.
2. Penelitian ini juga menemukan bahwa strategi – strategi yang diterapkan Riau Pos mulai dari Pembinaan Sumberdaya manusia, peningkatan sarana dan prasarana, meeting, dan peningkatan penampilan yang dilakukan Riau Pos ternyata mampu meningkatkan isi berita Riau Pos menjadi lebih baik dan Riau Pos akhirnya dapat menjadi Koran yang merupakan menjadi Reperensi masyarakat Riau, hingga jumlah pelanggan dan pemasang iklan menjadi semangkin lebih meningkat.

B. Saran – Saran

Sebelum penulis mengakhiri tulisan ini ada beberapa saran yang ingin penulis sampaikan untuk pihak yang terakait dalam penelitian ini diantaranya:

1. Kepada Riau Pos saya menyarankan untuk dapat lebih selalu menginovasi strategi untuk meningkatkan kualitas isi beritanya dengan strategi – strategi pengelolaan media massa terbaru, agar Riau Pos menjadi tetap eksis di tengah – tengah pesatnya persaingan industry media massa saat ini.
2. Kepada Riau Pos juga kita harapkan untuk dapat memberikan peningkatan dengan cara memberikan biaya untuk para wartawanya agar dapat terus mengembangkan ilmu pengetahuanya.hal ini bisa dilakukan contohnya dengan memberikan beasiswa untuk melanjutkan S2 bagi para wartawan.
3. Kepada Riau Pos juga kita sarankan agar lebih meningkatkan sarana dan prasarananya, hal ini diperlukan apabila sarana dan prasana

DAFTAR PUSTAKA

- Riyanto, Yatim. 2001. *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Surabaya: Penerbit SIC.
- Ahmadi, Rulam. 2005. *Memahami Metodologi Penelitian Kualitatif*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Hadi, Sutrisno, 2000 *Metodologi Research*, Yogyakarta: Bumi Aksara.
- Drs. Cholid Narbuko, Drs. H. Abu Achmmadi, 1991. *Metodologi Penelitian*, Semarang: Bumi Aksara.
- E. Andri, Adjus, 2004. *Makna Simbol dalam Upacara Perkawinan (masyarakat adat Limakoto Kabupaten Kampar Riau)*, Pekanbaru: Yayasan pusaka Riau.
- Drs. M. Hariwijaya, Triton P.B., S.Si.;M.Si, 2008. *Pedoman Penulisan Ilmiah Proposal dan Skripsi*. Yogyakarta: Tugu Publisher.
- Prof. Dr. H. Mukhtar, M.Pd, 2007. *Bimbingan Skripsi, Tesis, dan Artikel Ilmiah*, Jakarta, Gaung Persada Press
- Atmadi, T. 1985. *Jurnal Komunikasi dan Informasi*, 2004 Fakultas Ilmu Komunikasi Padjajaran, Jatinegoro
- Changara, Hadfied, 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Pers. Jakarta\
- Liamsi, Rida K. 2007, *Dari Beralas ke Semenanjung*, Pekanbaru. Yayasan Sagang Pekanbaru
- Mutia, 2008. *Eksistensi media cetak*. <http://www.one.indoskripsi.com> 22-01-2009
- Dokumen Riau Pos. 2007. *Sewindu Riau Pos*

DRAF WAWANCARA

1. Bagaimana cara surat kabar harian riau pos dalam merekrut karyawan
2. Sejauh ini, apakah surat kabar harian riau pos pernah melakukan jalur pendidikan formal, pelatihan, seminar, dan workshop terhadap wartawan-wartawan yang ada
3. Pelatihan semacam apa yang diberikan kepada wartawan surat kabar harian riau pos dalam peningkatan mutu kerja wartawan
4. Peralatan dan fasilitas apa yang diberikan kepada wartawan atau karyawan saat melaksanakan tugas di lapangan dan di kantor
5. Sejauh ini, apakah surat kabar harian riau pos selalu memberikan tunjangan-tunjangan terhadap wartawan baik berupa materi, jabatan, dan fasilitas yang menunjang kinerja wartawan atau karyawan
6. Bagaimana cara surat kabar harian riau pos dalam mengukur kinerja wartawan dan penghargaan apa yang di berikan kepada wartawan atas prestasi kerjanya
7. Apakah surat kabar harian riau pos selalu merubah tampilan dan kolom surat kabar
8. Pemilihan gambar seperti apa yang layak untuk diterbitkan pada surat kabar harian riau pos
9. Apakah ada evaluasi berkala yang dilakukan secara mingguan, bulanan, atau tahunan, adan bagaimana proses berjalan nya evaluasi tersebut
10. Apakah oplah penjualan selalu meningkat setiap bulannya, baik yang berlangganan atau jual bebas
11. Siapa saja yang biasanya selalu memasang iklan pada surat kabar harian riau pos
12. Setiap bulan nya, apakah jumlah iklan surat kabar harian riau pos meningkat.